

# PENGARUH PENGGUNAAN WEBSITE “ZALORA.CO.ID”

## TERHADAP MINAT BELANJA *ONLINE* DI KALANGAN KARYAWAN MNC MEDIA

Oleh:

**Nama : Margaretha Megawindriati Mahawan**

**NIM : 68100387**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Broadcasting*



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**JULI 2017**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**PENGESAHAN**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**PENGARUH PENGGUNAAN WEBSITE “ZALORA.CO.ID”  
TERHADAP MINAT BELANJA *ONLINE* DI KALANGAN  
KARYAWAN MNC MEDIA**

**Diajukan Oleh**

**Nama : Margaretha Megawindriati Mahawan**

**NIM : 68100387**

**Jakarta, 1 Agustus 2017**

**Disetujui Oleh:**

Dosen Pembimbing,



(Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc. Sc)

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2017**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Margaretha Megawindriati Mahawan/ 68100387/ 2017/ Pengaruh Penggunaan Website “Zalora.co.id” Terhadap Minat Belanja *Online* di Kalangan Karyawan MNC Media/ Siti Meisyaroh, S. Sos, M. Soc. Sc

Di Indonesia meningkatnya jumlah pengguna internet, mendorong pelaku usaha berlomba memanfaatkan website. Dalam penelitian ini, website yang digunakan sebagai media pemasaran adalah website “zalora.co.id”. Namun, dengan sekedar menjadikan website sebagai media pemasaran tidaklah cukup. Pihak pendiri website “zalora.co.id” harus dapat mengelola website miliknya, agar mampu menciptakan kesan yang berkualitas dan kredibel. Sehingga, dapat mempengaruhi minat pengunjung website untuk membeli produk-produk *fashion* yang ditawarkannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana penilaian pengguna terhadap kualitas informasi didalam website “zalora.co.id”, mampu mempengaruhi minat belanja *online* para pengunjung website yang berasal dari kalangan karyawan MNC Media divisi redaksi Koran Sindo.

Sesuai dengan fokus penelitiannya yang berhubungan dengan penerapan komunikasi *broadcasting*, maka peneliti menjadikan teknologi komunikasi, media siber, website, komunikasi interaktif, *uses and grativication theory*, dan minat sebagai bagian dalam landasan teoritisnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan tipe deskriptif. Sedangkan, teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penyebaran kuesioner adalah *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, dengan jumlah 171 responden yang berasal dari kalangan karyawan MNC Media divisi redaksi Koran Sindo. Kemudian, peneliti mengolah data hasil kuesioner tersebut dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji keabsahan data, serta melakukan proses analisis data koefisien korelasi, analisis regresi linear sederhana, dan Uji T menggunakan SPSS 20 *for Windows*.

Melalui hasil analisis tersebut, peneliti memperoleh kesimpulan bahwa penilaian responden terhadap kualitas dan informasi website yang diwakili oleh indikator dari Variabel X yaitu penggunaan website “zalora.co.id”, mempengaruhi minat belanja *online* di kalangan karyawan MNC Media divisi redaksi Koran Sindo.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRACT

Margaretha Megawindriati Mahawan/ 68100387/ 2017/ Effect of Using Website “Zalora.co.id” Against Interest Online Shopping Among Employees of MNC Media / Siti Meisyaroh, S. Sos, M. Soc. Sc

In Indonesia, the increasing number of internet users, encourage the businesses compete to take advantage of a website. In this study, a website which is used as a marketing medium is the website “zalora.co.id”. However, making a website as a marketing medium is not enough. Party founder of the website “zalora.co.id” must be able to manage their website, to create the impression of quality and credibility. Thus, could affect the interest of website’s users to buy fashion products. The purpose of this study is to determine user assessment to the quality of information in the website “zalora.co.id”, capable of affecting the interest of online shopping among MNC Media employees from redaction division of Sindo Newspaper.

This research is related to the application of broadcasting study. So the researches make communication technology, cyber media, websites, interactive communications, uses and gratification theory, and interest, as a part of the theoretical foundation.

In this study, researchers used quantitative research methods and descriptive. The researchers also used a non-probability sampling like purposive sampling as a reference in the distribution of the questionnaire to 171 respondents among MNC Media employees from redaction division of Sindo Newspaper. After distribute the questionnaire and get the results of the questionnaire, the researchers test the validity and reliability data. In addition, researchers conducted the data analysis process using the correlation coefficient, simple linear regression analysis, and T Test.

Through the results of the data analysis, the researchers got the conclusions that the respondents’ assessment of the quality of the website which is represented by the indicator of the variable X, namely the use of website “zalora.co.id”, affecting online shopping interest among MNC Media employees of redactional division from Sindo Newspaper.

**Keywords:** Online Shopping, Communication technology, Interactive communications



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena penyertaannya yang tiada akhir, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Website “zalora.co.id” Terhadap Minat Belanja *Online* di Kalangan Karyawan MNC Media”. Sesungguhnya dalam menyusun skripsi ini, peneliti banyak mengalami kendala dalam proses penyusunan skripsi. Namun, dengan motivasi dari pihak terdekat, peneliti dapat menyelesaikan proses skripsinya dengan baik.

Sebagai tanda terimakasih peneliti terhadap motivasi, bimbingan, masukan, dan nasihat yang diberikan, ijinilah peneliti untuk dapat menuliskan nama pihak bersangkutan di dalam barisan kata pengantar skripsi ini:

1. Kedua orangtua peneliti, Kwee Oen Bing dan Tan Giok Hwa yang telah memfasilitasi penulis
2. Bapak Dr. M. Budi Widiyo, S. E., M. E., selaku Wakil Rektor I yang telah memberikan kesempatan, motivasi, dan saran yang membangun sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sesuai dengan harapan.
3. Bapak Deavvy Johassan M.R.Y, S. Sos., M. Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan motivasi, jalan keluar, saran, dan kritik yang membangun sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sesuai dengan harapan.
4. Ibu Siti Meisyaroh, S. Sos, M. Soc, Sc., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan waktu dan bimbingan kepada peneliti sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan sesuai harapan.
5. Hendra Sucipto, S. T., yang selalu menemani, membantu, dan memotivasi pada saat peneliti mengalami kendala dan kurang fokus dalam menyusun skripsi.





6. Dr. Mifthaul Alam, S. Pd, selaku dokter pribadi peneliti yang selalu memberi dukungan agar dapat skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

7. Manvella Greta Tanudjaja, M. Bs SCM., dan Jeffri Tantoni S. E., selaku sahabat peneliti yang selalu memotivasi dan selalu siap sedia membantu serta bertukar pikiran hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak Habdi G. Purbadi selaku Kepala HRD Koran Sindo, dan Bapak Pung Purwanto selaku Wakil Pemimpin Kepala Divisi Redaksi Koran Sindo, yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk dapat menyebarkan kuesioner skripsi.

9. Rekan kerja peneliti di PT Media Nusantara Citra Tbk, divisi redaksi Koran Sindo, serta staff divisi redaksi Koran Sindo yang telah bersedia mengisi kuesioner skripsi peneliti.

Sebagai kata pengantar terakhir, peneliti ingin menyampaikan permohonan maaf atas ketidak sempurnaan skripsi yang telah disusun, oleh sebab itu peneliti terbuka akan segala kritik maupun saran yang bersifat membangun dan bermanfaat agar tidak terulang di masa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, Juli 2017

Peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Identifikasi Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Akademis.....	8
2. Manfaat Praktis.....	9
<b>BAB II</b> <b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Landasan Teoritis .....	10
1. Teknologi Komunikasi .....	10
2. Media <i>Online</i> atau Media Siber.....	14
3. Website.....	16
4. Komunikasi Interaktif.....	18
5. <i>Uses and Gratification Theory</i> .....	20







**BAB III**

**BAB IV**

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

6. Minat.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pemikiran .....	26
D. Hipotesis .....	27
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Objek Penelitian .....	28
B. Metode Penelitian .....	28
C. Variabel Penelitian .....	29
D. Teknik Pengumpulan Data .....	31
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
F. Teknik Analisis Data .....	34
1. Uji Validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas.....	35
3. Koefisien Korelasi.....	36
4. Regresi Linear Sederhana.....	37
5. Uji t.....	38
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Gambaran Umum Website “Zalora.co.id” .....	39
B. Analisis dan Pembahasan .....	46
1. Analisis Data Responden.....	47
a. Usia.....	47
b. Jenis Kelamin .....	48
c. Jenis Alat yang Digunakan Untuk Mengakses Website “Zalora.co.id” .....	48
d. Media yang Menjadi Sumber Informasi Pertama Kali	





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Mengetahui Website “Zalora.co.id” .....	49
e. Iklan Website “Zalora.co.id” yang Pernah Dilihat Melalui Media Massa Lainnya .....	50
f. Pertimbangan Responden Saat Berbelanja Produk Fashion secara <i>Online</i> .....	51
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	52
a. Hasil Uji Validitas .....	52
b. Hasil Uji Reliabilitas .....	58
3. Hasil Analisis Koefisien Korelasi .....	59
4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	60
5. Hasil Analisis Uji t .....	62
C. Hasil Penelitian.....	63
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
A. Simpulan.....	65
B. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional .....	30
Tabel 3.2	Skala Likert .....	32
Tabel 3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r.....	37
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Jenis Alat yang Digunakannya.....	48
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Media yang Menjadi Sumber Informasi.....	49
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Iklan Website “Zalora.co.id” yang Pernah Dilihat Melalui Media Massa Lainnya .....	50
Tabel 4.6	Data Responden Berdasarkan Pertimbangan Responden Saat Berbelanja Produk Fashion Secara <i>Online</i> .....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) Dimensi Eksistensi Website “Zalora.co.id” .....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) Dimensi Kredibilitas Konten Informasi yang Disajikan Terhadap Produk Fashion Dapat Dipercaya.....	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) Dimensi Kesesuaian Informasi Produk dengan Kebutuhan Konsumen.....	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) Dimensi Kecocokan Informasi Produk Pada Website “Zalora.co.id” dengan Barang yang Sampai Ketangan Konsumen .....	55
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) Dimensi Daya Tarik Website “Zalora.co.id” .....	55





Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> )	
	Dimensi Faktor yang Timbul Dari Dalam Diri .....	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> )	
	Dimensi Faktor Sosial .....	57
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> )	
	Dimensi Faktor Emosi .....	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”)....	58
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> ) .....	59
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	59
Tabel 4.18	Analisis Regresi Linear Sederhana (Koefisien Regresi) .....	60
Tabel 4.19	Analisis Regresi Linear Sederhana (ANOVA).....	61
Tabel 4.20	Uji t.....	62

Hasil Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR GAMBAR

Data Populasi Responden MNC Media Divisi Redaksi Koran Sindo.....	97
Data Fanpage Facebook Website “Zalora.co.id” per 31 Januari 2015.....	98

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

Pra Kuesioner .....	70
Kuesioner .....	74
Coding Sheet Pra Kuesioner .....	78
A. Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) .....	78
B. Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> ) .....	79
Hasil SPSS Uji Validitas Pra Kuesioner .....	80
A. Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) .....	80
B. Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> ) .....	82
Hasil SPSS Uji Reliabilitas Pra Kuesioner .....	83
A. Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) .....	83
B. Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> ) .....	83
Coding Sheet Kuesioner .....	84
A. Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) .....	84
B. Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> ) .....	88
Hasil SPSS Uji Validitas Kuesioner .....	92
A. Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) .....	92
B. Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> ) .....	94
Hasil SPSS Uji Reliabilitas Kuesioner .....	95
A. Variabel X (Penggunaan Website “Zalora.co.id”) .....	95
B. Variabel Y (Minat Belanja <i>Online</i> ) .....	95
Hasil SPSS Koefisien Korelasi .....	96
Hasil SPSS Regresi Linear Sederhana .....	96

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.